

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

PLANO DE NEGÓCIOS: DOCE MORENA GOURMET

ELABORADO POR: SIBELY BEZERRA DE MORAIS

TIPO DE EMPRESA: EMPRESA NASCENTE

João Pessoa
Agosto de 2019

SIBELY BEZERRA DE MORAIS

PLANO DE NEGÓCIOS: DOCE MORENA GOURMET

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Serviço de Estágio Supervisionado em Administração do Curso de Graduação em Administração, do Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba, em cumprimento às exigências para obtenção do Grau de Bacharel em Administração.

Professor Orientador: Arturo Rodrigues Felinto, Mestre.

Coordenadora do Curso: Ana Carolina Kruta, Doutora.

João Pessoa
Agosto de 2019

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Catalogação na publicação Seção de Catalogação e Classificação

M827p Moraes, Sibely Bezerra de.

Plano de Negócios: Doce Morena Gourmet / Sibely Bezerra de Moraes. - João Pessoa, 2019.
40 f.

Orientação: Arturo Rodrigues Felinto.
Monografia (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Plano de Negócios. 2. Microempresa. 3.
Empreendedorismo. I. Felinto, Arturo Rodrigues. II.
Título.

UFPB/CCSA

Folha de Aprovação

SIBELY BEZERRA DE MORAIS

PLANO DE NEGÓCIOS: DOCE MORENA GOURMET

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado em: ____ de _____ de 2019

Banca Examinadora

Prof. Arturo Rodrigues Felinto, Mestre
Orientador

Prof. Rosivaldo de Lima Lucena, Doutor
Examinador

SUMÁRIO

1	SUMÁRIO EXECUTIVO.....	09
1.1	DADOS DOS EMPREENDEDORES.....	10
1.2	MISSÃO.....	11
1.3	VISÃO.....	11
1.4	VALORES.....	11
1.4.1	Qualidade.....	11
1.4.2	Comprometimento.....	11
1.4.3	Amor.....	11
1.4.4	Sustentabilidade.....	11
1.5	SETOR DA EMPRESA.....	11
1.6	FORMA JURÍDICA.....	12
1.7	CAPITAL SOCIAL.....	12
2	ANÁLISE DE MERCADO.....	13
2.1	ESTUDO DOS CLIENTES.....	13
2.1.1	Público-Alvo (Perfil dos Clientes).....	13
2.1.2	Comportamento dos Clientes (interesses e o que os levam a comprar).....	14
2.1.3	Área de Abrangência (onde estão os clientes?).....	14
2.2	PRINCIPAIS CONCORRENTES.....	14
2.3	ANÁLISE SWOT.....	16
2.3.1	Forças.....	16
	• Local para instalação próprio.....	16
	• Compra de matéria-prima fornecedores locais.....	16
2.3.2	Fraquezas.....	17
	• Aquisição de equipamentos.....	17
	• Baixa capacidade produtiva.....	17
2.3.3	Oportunidades.....	17
	• Surgimento de oportunidades de capacitação.....	17
	• Cultivo de matérias-primas nacionais.....	17
2.3.4	Ameaças.....	18
	• Crise econômica.....	18
	• Novos concorrentes entrantes no mercado.....	18
	• Intensificação na fiscalização pelos órgãos reguladores.....	18
2.4	RESULTADOS DA PESQUISA.....	18
3.1	Bolos.....	19

3.2 Brownies.....	19
3.3 Doces - Brigadeiros.....	20
3.4 Cupcakes.....	20
3.5 PREÇO.....	21
3.6 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS.....	21
3.6.1 Instagram.....	21
3.6.2 Amostra grátis(degustação).....	22
3.6.3 Merchandising.....	22
3.7 ESTRUTURA DECOMERCIALIZAÇÃO.....	22
4 PLANO FINANCEIRO.....	23
4.1 INVESTIMENTOS FIXOS.....	23
4.2 CAPITAL DE GIRO.....	24
4.2.1 Contas a receber – cálculo do prazo médio de vendas.....	25
4.2.2 Fornecedores – cálculo do prazo médio de compras.....	25
4.2.3 Estoques – cálculo da necessidade média de estoques.....	25
4.2.4 Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias.....	26
4.2.5 Caixa mínimo.....	26
4.3 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS.....	26
4.4 INVESTIMENTO TOTAL.....	27
4.5 ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL MÍNIMO.....	27
4.6 ESTIMATIVA DO CUSTO UNITÁRIO DE MATÉRIA PRIMA E MATERIAIS DIRETOS.....	28
4.7 ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM DEPRECIAÇÃO.....	30
4.8 ESTIMATIVA DOS CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS.....	30
4.9 ESTIMATIVA DOS CUSTOS DOS MATERIAIS DIRETOS.....	30
4.10 PROJEÇÃO DE RESULTADOS.....	31
4.11 PROJEÇÃO DE FLUXO DE CAIXA.....	31
4.11.1 Projeção de fluxo de caixa – 2019/2020.....	31
4.11.2 Projeção de fluxo de caixa – 2020/2021.....	32
4.12 INDICADORES DE VIABILIDADE.....	33
4.12.1 Ponto de Equilíbrio.....	33
4.12.2 Lucratividade.....	34
4.12.3 Rentabilidade.....	34
4.12.4 Prazo de Retorno do Investimento.....	35
5 PLANO OPERACIONAL.....	36
5.1 CAPACIDADE PRODUTIVA.....	36
5.2 PROCESSOS OPERACIONAIS.....	37
5.1.1 Separação dos insumos.....	37
5.2.2 Temperatura.....	37
5.2.3 Mistura.....	37

5.2.4	Forno/Fogo.....	37
5.2.5	Recheios.....	37
5.2.6	Confeitaria.....	37
6	CONCLUSÃO.....	38
	REFERÊNCIAS.....	39
	APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA.....	40

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Lista de tabelas

Tabela 1 - Capital Social.....	12
Tabela 2 - Análise <i>SWOT</i>	16
Tabela 3 - Investimentos Fixos: insumos.....	24
Tabela 4 - Investimento Total.....	27
Tabela 5 - Estimativa de Faturamento Mensal Mínimo.....	27
Tabela 6 - Custo Unitário – <i>Brownie</i>	28
Tabela 7 - Custo Unitário – Bolos.....	28
Tabela 8 - Custo Unitário – Docinhos.....	29
Tabela 9 - Custo Unitário – <i>Cupcakes</i>	29
Tabela 10 - Estimativa de Custos com Depreciação.....	30
Tabela 11 - Estimativa dos Custos com Materiais Diretos.....	31
Tabela 12 - Projeção de resultados.....	31

Lista de figuras

Figura 1 – Concorrentes.....	15
Figura 2 – Bolos decorados.....	19
Figura 3 – <i>Brownies</i>	19
Figura 4 - Brigadeiros.....	20
Figura 5 - <i>Cupcakes</i>	20
Figura 6 – <i>Bikefood</i>	22
Figura 7 - Projeção de fluxo de caixa - 2019/2020.....	32
Figura 8 - Projeção de fluxo de caixa - 2020/2021.....	32
Figura 9 - Projeção de fluxo de caixa - 2021/2022.....	33
Figura 10 – Layout.....	36

Lista de Quadros

Quadro 1 - Concorrentes.....	15
Quadro 2 - Investimentos Fixos - Equipamentos.....	24
Quadro 3 - Prazo Médio de Recebimento de Vendas.....	25
Quadro 4 - Prazo Médio para Pagamento de Compras.....	25
Quadro 5 - Caixa Mínimo.....	26
Quadro 6 - Investimentos Pré-operacionais.....	27
Quadro 7 – Estimativa de Custos Fixos Operacionais.....	30

1 SUMÁRIO EXECUTIVO

Doce Morena Gourmet é uma empresa paraibana que surgiu da iniciativa e necessidade de uma estudante que tem muitos sonhos e amor por doces, além de perceber que o mercado está em ascensão, gerando uma boa oportunidade para empreender dentro do segmento de doces. Situada na capital paraibana, João Pessoa, no bairro do Alto do Mateus, A Doce Morena Gourmet iniciará suas atividades em dezembro de 2019 com intuito de espalhar mais sabor dentro do mercado e inserir sua cultura de amor por doces através de uma fabricação artesanal e personalizada, regada de dedicação e amor. A Doce Morena Gourmet é de categoria microempresa, inicialmente informal porém com visão de expansão e registro junto aos órgãos fiscalizadores e reguladores num prazo de 2 anos após sua abertura.

A Doce Morena Gourmet trata-se de uma microempresa informal, não possui razão social estabelecida e será constituída de apenas dois funcionários, a sócia fundadora e seu cônjuge que lhe auxiliará na produção, comercialização e estratégia da empresa.

Este plano de negócios foi embasado no modelo proposto pelo SEBRAE e teve seu estudo de mercado realizado por meio de uma entrevista semiestruturada, realizada com confeitérios profissionais e autônomos atuantes no mercado pessoense já alguns anos.

1.1 DADOS DOS EMPREENDEDORES

A Doce Morena Gourmet possui como sócio fundadora a estudante Sibely Bezerra de Moraes concluinte de Administração pela Universidade Federal da Paraíba, Graduada em Ciências Contábeis pela Fundação Visconde de Cairu -BA, com MBA em gestão financeira, controladoria e auditoria pela Estratego, Sibely Bezerra de Moraes, 37 anos, residente na rua Manoel José da Silva, 420, Alto do Mateus, João Pessoa– PB. Durante muitos anos esta jovem desenvolveu de forma amadora a produção de doces, com sua paixão por cozinhar, o despertar ocorreu em 2009, enquanto iniciava sua primeira graduação em Ciências Contábeis, começou a fazer doces para complementar sua renda de estudante, e logo despertou o interesse de criar uma marca para sua identificação, já que as vendas de seus produtos cresciam dentro da Universidade e de seus locais de trabalho, gerando elogios de todos que compravam. Iniciando o curso de Administração na UFPB, no final de 2013, o encantamento por algumas disciplinas a fez enxergar a excelente oportunidade de negócio, possuía conhecimento na produção, estava capacitada para realizar o trabalho com amor.

No prazo máximo de 3 meses, Sibely pretende se especializar ainda mais no ramo, buscando cursos de confeitaria e mais à frente deseja realizar o curso de gastronomia para aperfeiçoar mais a qualidade dos produtos. Atuará de forma direta na produção e comercialização dos doces e será responsável pela administração geral da doceria. Sibely terá como sócio seu companheiro, Mário Milciades Martins Meira Neto, 38 anos, residente no mesmo endereço da sua companheira, formado em Serviço Social pela Universidade Federal da Paraíba.

O local onde será instalado a doceria é na casa onde atualmente o casal mora, no Alto do Mateus, devido à falta de capital necessário e por suas ações de *marketing* serem concentradas nas redes sociais, gerando mais vendas agendadas, dando tempo suficiente para produção e entregas dos produtos.

O sócio Mário será responsável pelas ações de *marketing* da empresa, principalmente no que diz respeito à presença da empresa nas redes sociais, divulgando seus produtos e alimentando com demais informações relevantes para a prospecção do negócio e divulgação da confeitaria.

1.2 MISSÃO

A Doce Morena Gourmet tem como missão proporcionar satisfação aos nossos clientes com produtos artesanais e diferenciados no segmento da confeitaria, sendo referência no mercado paraibano.

1.3 VISÃO

Sermos referência no mercado da confeitaria paraibana, visando a uma relação duradoura com os nossos clientes até 2024.

1.4 VALORES

1.4.1 Qualidade

Prezamos pela utilização de matéria- prima da mais alta qualidade, a fim de produzirmos excelentes doces dentro de suas características de estilo.

1.4.2 Comprometimento

Buscamos parceiros que são verdadeiramente comprometidos com seu trabalho.

1.4.3 Amor

As atividades na confeitaria precisam serem executados com máximo de empenho, carinho e amor. O amor será o nosso maior ponto na construção de nossa marca.

1.4.4 Sustentabilidade

Todos os nossos processos são desenvolvidos visando a um melhor proveito dos recursos, evitando desperdícios e buscando a reutilização.

1.5 SETOR DA EMPRESA

A Doce Morena Gourmet se enquadrará como uma microempresa no modelo de indústria. Segundo definição do SEBRAE (2016), enquadra-se como microempresa a empresa que obter no período de um ano uma receita bruta total de R\$ 360.000,00. Veremos mais à frente as projeções de faturamento que ratificaram esta informação.

1.6 FORMA JURÍDICA

A princípio, a Doce Morena Gourmet irá trabalhar informalmente, com o intuito dos empreendedores sentirem o mercado por um tempo, fazendo com que a marca ganhe seu espaço. Quando, enfim, chegar o momento oportuno para o registro, será constituída como sociedade limitada, visto que possuirá dois sócios, os quais dividirão o capital social e as responsabilidades na administração da mesma. Além disto, a empresa será enquadrada no regime tributário Simples Nacional.

1.7 CAPITAL SOCIAL

O capital social da Doce Morena Gourmet será composto inicialmente de R\$ 25.000,00, onde deste total, R\$10.000,00 terá origem de terceiros(empréstimo por meio do empreendedor PB) e R\$ 15.000,00 será dividido entre os dois sócios. Porém, em sua composição, ambos terão participação de 50%, como mostra a Tabela1.

Nome do Sócio	Valor (R\$)	% de participação
Sibely Bezerra de Moraes	R\$ 12.500,00	50%
Mário M. M. Meira Neto	R\$ 12.500,00	50%
Total	R\$25.000,00	100%

Tabela 1 - Capital Social. (Fonte: proposta do autora, 2019)

1.8 MIX DE PRODUTOS

Optamos em produzir doces artesanais, indicados para consumidores que prezam pelo sabor e detalhes em seus doces. Deste modo, produziremo de acordo com o estilo do nosso cliente, desenvolvendo em comum acordo os detalhes e sabores.

2 ANÁLISE DE MERCADO

No Brasil e em João Pessoa, capital paraibana, o mercado de bufês cresce, assim como a quantidade de festas de casamentos, aniversários e batizados. Os clientes paraibanos estão cada vez mais exigentes e em busca de produtos que satisfaçam suas necessidades quanto à personalização e à diferenciação. Cada momento na vida das pessoas precisa ser único e considerando a quantidade de comemorações e eventos que ocorrem em João Pessoa diariamente, identificamos uma oportunidade de suprir estas necessidades de personalização e diferenciação nestas ocasiões especiais. Assim, promoveremos prazer aos nossos clientes preocupando-nos em confeccionar alimentos saudáveis, preparados com ingredientes frescos e naturais; com características próprias e únicas, de acordo com o desejo do cliente; buscando a superação de suas expectativas. Em datas tão especiais, o bolo e os doces são artigos principais nas festas de aniversário e casamento, por vezes ornamentados artisticamente ocupando destaque no centro da mesa. Diante deste cenário, a Doce Morena Gourmet, com seus bolos e doces personalizados, com o toque especial em seus recheios que marcará o charme e criatividade nos eventos. Nossos produtos proporcionarão aos clientes e consumidores a sensação de prazer, de comemorar uma ocasião especial de forma personalizada, única, diferenciada. Os bolos serão preparados sem conservantes e com ingredientes frescos e de qualidade.

2.1 ESTUDO DOS CLIENTES

2.1.1 Público-Alvo (Perfil dos Clientes)

A Doce Morena Gourmet nasceu para atender clientes das classes A, B e C, que segundo IBGE os novos critérios de análises, hoje, não são apenas a partir da renda propriamente dita, são levados em conta o conforto, escolaridade e serviços públicos presentes na vida de cada família.

No entanto, as classes designadas A, B e C ainda estão com as maiores rendas, sendo um perfil de exigência de qualidade diferenciado que buscam doces personalizados e saborosos, fazendo seus clientes vivirem momentos inesquecíveis.. Seu público-alvo é composto por homens e mulheres de classe média-alta, menores e maiores de idade, residentes na grande em João Pessoa e região metropolitana.

2.1.2 Comportamento dos Clientes (interesses e o que os levam a comprar)

Os clientes de docerias são exigentes, prezam pela apresentação dos doces e excelência no sabor. São pessoas que levam em consideração, primordialmente, a qualidade do doce.

2.1.3 Área de Abrangência (onde estão os clientes?)

A Doce Morena irá atuar no atendimento de toda a grande João Pessoa, sem entregas, abrangendo a *posteriori* de sua formalização, trabalharemos com entregas em João Pessoa e algumas cidades próximas à região metropolitana.

2.2 PRINCIPAIS CONCORRENTES

O mercado de confeitaria é amplo, desta forma, consideramos algumas empresas como principais concorrentes presentes em João Pessoa. Estas confeitarias são bem estruturadas, com uma boa qualidade e estabilidade no mercado. Além destas confeitarias, consideramos também alguns profissionais que trabalham através de encomendas pelo Whatsapp e Instagram. . A seguir, apresentamos uma análise sintética destes concorrentes.

EMPRESA	QUALIDADE	PREÇO	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	LOCALIZAÇÃO	ATENDIMENTO	SERVIÇOS AOS CLIENTES
Sonho Doce	Boa qualidade, mas sem inovações.	Entre R\$ 5 ,00 e R\$ 80,00	À vista (espécie ou débito); Cartão de crédito.	João Pessoa	Diariamente nas lojas físicas.	Retirada na loja, sem entregas.
Alice Tortas	Boa qualidade.	Entre R\$ 5 ,00 e R\$ 80,00, ou Orçamentos	À vista (espécie ou débito); Cartão de crédito.	João Pessoa	Diariamente nas lojas físicas ou site.	Retirada nas lojas.
Zeny Doces e Salgados	Boa qualidade.	Entre R\$ 5,00 e R\$ 70,00	À vista (espécie ou débito); Cartão de crédito.	João Pessoa	Diariamente nas lojas físicas.	Retirada nas lojas.
Blend Doceria	Boa qualidade	Entre R\$ 10,00 e R\$ 90,00	À vista (espécie ou débito); Cartão de crédito.	João Pessoa	Diariamente nas lojas físicas e contato telefônico	Retirada na loja.
Ana Barros Bolos	Excelente qualidade	Entre R\$ 10,00 e R\$ 130,00	À vista (espécie) e depósito antecipado de 50% do valor	João Pessoa	Loja física e virtual, Aplicativo; Via redes sociais e Whatsapp.	Delivery através de seu aplicativo e entregas.
Atelier de Bolo Sim	Excelente qualidade	Entre R\$ 5,00 e R\$ 90,00/ Orçamentos	À vista (espécie) e depósito antecipado de 50% do valor	João Pessoa	No Atelier, Via redes sociais;e Whatsapp.	Retirada no Atelier
Atelier Nicole Santos	Excelente qualidade	Entre R\$ 5,00 e R\$ 90,00/ Orçamentos	À vista (espécie) e depósito antecipado de 50% do valor	João Pessoa	Na loja física, Via redes sociais; e Whatsapp.	Retirada na loja.

Quadro 1 - Concorrentes. (Fonte: Elaboração da autora, 2019)

2.3 ANÁLISE *SWOT*

Com o intuito de visualizarmos o mercado e as competências da empresa em função deste, de forma mais estratégica, apresentaremos a seguir uma análise das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças que a empresa irá enfrentar em seus primeiros meses de existência.

ANÁLISE <i>SWOT</i>	
FORÇAS	FRAQUEZAS
Investimento inicial baixo; Padronização das receitas; Local próprio para instalação; Compra de insumos de fornecedores locais.	Baixa qualificação da equipe; Aquisição de equipamento; Baixa Capacidade produtiva;
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Mercado em ascensão para novos produtos; Surgimento de oportunidades de capacitação; Cultivo de matérias-primas nacionais.	Novos concorrentes entrantes no mercado; Intensificação na fiscalização pelos Órgãos Regularizadores;

Tabela 2 - Análise *SWOT*. (Fonte: Elaboração da autora, 2019)

Como justificativa da análise e melhor compreensão, listaremos a seguir os pontos observados na matriz *SWOT* de forma mais detalhada.

2.3.1 Forças

- Investimento inicial baixo**

A Doce Morena Gourmet, sendo uma microempresa inicialmente informal, elegemos como força o baixo custo de investimento, que compreenderá na aquisição de equipamento se estoque inicial, custos de reforma do espaço que será utilizado e compra de material didático para orientação da produção (livros, revistas, apostilas, etc.).

- Local para instalação próprio**

Estaremos utilizando o espaço em nossa residência, local que pertence a familiares, que deixará desnecessário obter despesas com aluguel do ponto.

- Compra de matéria-prima fornecedores locais**

Os produtos usados na produção são em sua maioria de fornecedores de alta qualidade, onde conseguimos comprar em fornecedores localizados na cidade de João

Pessoa, além das lojas possuírem variedade, não sendo necessário o acúmulo de estoques.

2.3.2 Fraquezas

- **Baixa qualificação da equipe para produção**

Dentro do segmento da confeitaria, é necessário muito amor pela arte de cozinhar e prática, como inicialmente apenas a sócia Sibely estará à frente da produção, a quantidade de encomendas será limitada. Porém, este processo pode melhorar com a aquisição de conhecimento do seu sócio Mário, participando da produção, após a aquisição de experiência.

- **Aquisição de equipamentos**

Alguns equipamentos necessários para a produção não são possíveis de serem encontrados no mercado local, o que torna necessário a compra também por sites especializados, aumentando o tempo espera até sua chegada.

- **Baixa capacidade produtiva**

Devido à mão de obra inicialmente pequena, a baixa capacidade produtiva fará com que seja necessário um maior tempo para obter o retorno do investimento e dificultará o alcance de novos mercados em curto prazo.

2.3.3 Oportunidades

- **Mercado em ascensão para novos produtos**

O mercado de confeitaria ainda está em crescimento na região. Existem muitas confeitarias trabalhando de forma autônoma, pessoas capacitadas, mas poucas com um produto personalizado e diferenciando. Com isso a Doce Morena Gourmet entrará num mercado de baixa concorrência e pouco explorado, o que a tornará em curto período visível, devido a sua diferença no mercado.

- **Surgimento de oportunidades de capacitação**

A Confeitaria cresce no mercado mundial, e se especializar tem sido mais fácil através dos *workshops*, palestras ou cursos e novas produções da literatura técnica. Palestras realizadas em parceria com o Sebrae e cursos práticos de grandes Chef da Confeitaria Iasmyn Montenegro, Douglas Marchione, Daniela Vitória e outros, os quais, através de suas experiências, podem compartilhar conhecimentos específicos.

- **Cultivo de matérias-primas nacionais**

O Brasil, mesmo com seus desafios, está produzindo excelentes produtos para o mercado da confeitaria, com custo mais baixo.

2.3.4 Ameaças

- **Crise econômica**

O atual cenário da crise econômica brasileira solicita cuidados para qualquer tipo de investimento, independente do seu segmento.

- **Novos concorrentes entrantes no mercado**

O mercado está favorável para a Doce Morena Gourmet, assim como está para outras possíveis novas confeitarias, o que pode ocasionar o aumento da concorrência.

- **Intensificação na fiscalização pelos órgãos reguladores**

Por se tratar de uma empresa informal que também irá distribuir sua produção para pessoas jurídicas, existe o risco de que ocorra fiscalizações nestes estabelecimentos. Ocasionalmente notificação e multas para regularização jurídica da empresa.

2.4 RESULTADOS DA PESQUISA

Com intuito de tornar válido o plano, foi realizada uma pesquisa qualitativa, no entanto, durante a sua aplicação as confeitarias de João Pessoa se mostraram não acessíveis para responder o questionário.

Apenas Iasmyn Montenegro residente em João Pessoa, formada em Gastronomia e proprietária do Atelier de Bolo Sim e, hoje, uma grande *Cake Design* da Paraíba, ministrando aulas e encomendas de seus lindos doces e bolos decorados se disponibilizou em responder. Iasmyn possui 10 anos de experiência no mercado da confeitaria, e seu início foi de forma contínua, sua mãe passou os conhecimentos práticos, como ela disse: “Não tive esse “estalo” porque continuei fazendo o trabalho da minha mãe. Mas percebi que muitas pessoas queriam entrar no ramo, porque além de prazeroso é lucrativo, então, também iniciei as aulas”.

Sua visão sobre o desenvolvimento do mercado confeito em João Pessoa levantou um ponto importante que são as pessoas que estão entrando agora no ramo e aplicam preços muito baixos, desvalorizando os produtos de muitas confeitarias, no entanto, essas pessoas duram pouco tempo no mercado. Mesmo com o ponto negativo levantado, Iasmyn acha o mercado sólido e que as boas marcas são concretizadas, mostrando que ainda tem muito potencial a ser explorado. Empresas que tenham horários diferenciados de abertura foi uma das características citadas para as novas confeitarias.

A principal dificuldade para Iasmyn ao iniciar as atividades no ramo da confeitaria foi sua idade, pois aos 17 anos tudo começou e as pessoas não confiavam 100% para deixar uma parte tão importante da festa, a fabricação do bolo, sobre sua responsabilidade. Com o passar dos anos, a experiência gerou a confiabilidade com seus clientes, hoje, ela seleciona suas encomendas e precisa ficar atenta aos hábitos deles, conforme nos revelou: “O mesmo sabor em todas as encomendas, então preciso ter sempre anotado para não esquecer. Se voltam no ano seguinte já falam: o mesmo sabor do ano passado.”.

O seu diferencial em relação aos seus concorrentes é o contato direto com seus clientes, acabamento e personalidade impressa em seus bolos e doces. Sua marca tem força no mercado, seus cursos e produtos são cada vez mais procurados, mas existe uma falta de organização financeira para acompanhar todo o crescimento da empresa. Iasmyn diz que não possui dados concretos do desenvolvimento de sua empresa, mas que já conquistou muitos

bens através dela.

Seus principais fornecedores são os locais, mas os relevantes são Mix e Atacadão. As compras de insumos para produção dos bolos e cursos são realizadas semanalmente, aproveitando as promoções, fazendo com que a margem de lucro aumente.

Portanto, chegamos a conclusão que o mercado para novas confeitarias é muito lucrativo e novas empresas possuem espaço, desde que tenha produtos de boa qualidade.

3 PLANO DE *MARKETING*

Apresentaremos a seguir os principais produtos que serão produzidos pela Doce Morena Gourmet, de uma forma um pouco mais detalhada.

3.1 Bolos

A fim de oferecer ao mercado produtos diferenciados e personalizados, nossos bolos serão fabricados com produtos de alta qualidade, recheios escolhidos pelo cliente e tema de seus sonhos. Através de nosso bolo queremos tornar a comemoração inesquecível com magia, sabor e beleza.



Figuras 2 Bolos decorados - (Fonte: produção da autora, 2019)

3.2 *Brownies*

Uma receita deliciosa, onde o resultado é uma massa cheia de chocolate bem molhada, contrastando com a casquinha crocante que forma na parte superior. Acrescentamos recheios em nossos *brownies*, os sabores são variados de acordo com a solicitação de nosso cliente.



Figura 3 - Brownies - (Fonte: Elaboração da autora, 2019)

3.3 Doces - Brigadeiros

Doce com sabores intensos tradicionais ou mais *gourmet*, atendemos aos nossos clientes de acordo com sua vontade. Por serem mais complexos, seus consumidores serão pessoas com um pouco mais de conhecimento que buscam doces diferenciados no mercado.



Figura 4- Brigadeiros - . (Fonte: Elaboração da autora, 2019)

3.4 Cupcakes

Esses *Cupcakes* são ideais para todos os consumidores que gostam de degustar um doce leve, onde o amargo do chocolate se contrasta com o cítrico do morango e para os amantes do tradicional o de brigadeiro tem um sabor incrível.



Figura 5-Cupcakes (Fonte: Elaboração da autora, 2019)

3.5 PREÇO

Os preços praticados pela confeitaria serão estipulados a partir da equiparação aos que o mercado oferece. Como nosso empreendimento será um produtor, com foco em vendas para PDV e para consumidores finais, consideraremos uma margem de lucro que faça com que ocorra essa equiparação para assim, definirmos o nosso preço. Logo, nossos produtos terão os seguintes valores:

- Bolos Kg:

Preço para consumidor final: R\$ 75,00

- Brownies:

Preço para PDV: R\$ 5,00

Preço para consumidor final: R\$ 7,00

- Doces

Preço de 100 unidades para consumidor final: R\$ 60,00, mas na compra individual será R\$ 1,50

- Cupcakes

Preço para PDV: R\$ 5,00

Preço para consumidor final: R\$ 7,00

3.6 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

A seguir, apresentaremos as principais estratégias promocionais que serão adotadas para divulgação da Doce Morena Gourmet.

3.6.1 Instagram

Como principal ferramenta de divulgação e comunicação com nossos clientes, optaremos por utilizar o Instagram através do perfil @docemorenagourmet. Foi escolhido o Instagram por ser uma forma gratuita e simples de levar nossa marca ao conhecimento do mercado, devido a sua versatilidade de compartilhamento, entre fotos, imagens, vídeos e *lives*. De acordo com Falcão (2015) o Instagram possui o poder de contribuir com a influência de consumo de um consumidor potencial em detrimento da experiência de outros, o que é denominado *marketing* de experiência.

3.6.2 Amostra grátis(degustação)

A fim de levar os benefícios de nossa marca aos potenciais revendedores, optamos por utilizar a degustação como outra forma de divulgação. A partir de uma visita agendada, nosso cliente irá degustar e avaliar nosso produto. Neste momento, faremos uma apresentação de forma geral de nossos produtos, abordando o processo produtivo, e características de cada um sabor.

3.6.3 Merchandising

Após termos fechado uma parceria, faremos um momento de degustação em horários com maior movimento no local, permitindo que o cliente deguste o produto e deem um feedback ali. Neste momento, todas os doces já estão disponíveis para venda no local. Segundo artigo publicado no site do SEBRAE de Minas gerais em junho desse ano de 2017, 85% dos consumidores tomam sua decisão de compra no ponto de venda. Desse modo, é importante que seja executada essa ação para o desenvolvimento da marca e inserção de nossos produtos mercado.

3.7 ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

Como estrutura de comercialização, considerando nosso público alvo, optamos em comercializar nossa produção em locais que já trabalham no mercado *gourmet* ou artesanal, a exemplo de restaurantes e uma *foodbike*. A nossa proposta principal de comercialização será a nossa *foodbike* que estará em pontos estratégicos levando nossos produtos para serem vendidos e conhecidos pelos clientes paraibanos, no entanto, também estaremos formando parcerias com Cafés, Restaurantes e Delicatesses. O contato inicial com essas organizações será realizado de forma presencial, ao passo que conhecemos o local, por redes sociais ou ligação.



Figura 6- Bikefood- (Fonte: Elaboração da autora, 2019)

4 PLANO FINANCEIRO

A seguir, apresentaremos nosso plano financeiro,

4.1 INVESTIMENTOS FIXOS

A Doce Morena Gourmet terá como investimento fixo todo o equipamento que será utilizado para a produção a fim de garantir uma produção média mensal de 3110 unidades, garantindo uma eficiente operação entre a produção dos diferentes estilos, como segue a baixo:

INVESTIMENTOS FIXOS			
1. MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	QTDE	VL. UNITÁRIO	TOTAL
FORNO INDUSTRIAL	1	R\$ 1.700,00	R\$ 1.700,00
FREEZER VERTICAL	1	R\$ 1.880,00	R\$ 1.880,00
COMPUTADOR	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
BATEDEIRA PLANETÁRIA	1	R\$ 2.090,00	R\$ 2.090,00
BALCÃO EXPOSITOR SECO	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
BALCÃO EXPOSITOR RESFRIADO	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
BRIGADEIRINHA	1	R\$ 1.100,00	R\$ 1.100,00
SUBTOTAL (1)			R\$ 11.070,00
2.MÓVEIS E UTENSÍLIOS	QTDE	VL. UNITÁRIO	TOTAL
MESA DE ESCRITÓRIO	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
CADEIRA DE ESCRITÓRIO	3	R\$ 130,00	R\$ 390,00
MESA PROJETADA PARA BOLOS	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
BANCOS DE PLÁSTICOS	4	R\$ 50,00	R\$ 200,00
FORMAS DE BOLO REDONDAS	6	R\$ 15,00	R\$ 90,00
FORMAS DE BOLO QUADRADAS	6	R\$ 15,00	R\$ 90,00
FORMAS DE BOLO CORAÇÃO	6	R\$ 15,00	R\$ 90,00
FORMAS DE BOLO NUMERADAS	6	R\$ 15,00	R\$ 90,00
FORMAS CUPCAKES	4	R\$ 25,00	R\$ 100,00
TABULEIROS RETANGULARES	10	R\$ 15,00	R\$ 150,00
ESPÁTULAS DE SILICONE	5	R\$ 100,00	R\$ 500,00
UTENSÍLIOS PARA CONFEITARIA	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
SUBTOTAL (2)			R\$ 3.700,00
TOTAL INVESTIMENTO FIXO		(1)+(2)	R\$ 14.770,00

Quadro 2 - Investimentos fixos – Equipamentos. (Fonte: Elaboração da autora, 2019)

4.2 CAPITAL DE GIRO

De acordo com Detoni e Moreira (2011), capital de giro é o capital responsável pela operação da empresa, desde a compra até o recebimento dos clientes. O uso deste recurso forma um ciclo e o desejável é que, ao término desse ciclo ele esteja maior do que o valor inicial. Com o objetivo de montarmos nosso capital de giro necessário, apresentaremos a baixo uma relação de itens que irão compor nosso estoque inicial.

Ordem	Descrição dos itens a serem adquiridos (Matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Quantidade	Valor unitário	Total
1	FARINHA DE TRIGO S/ FERMENTO	10	R\$ 2,20	R\$ 22,00
2	FARINHA DE TRIGO C/ FERMENTO	10	R\$ 2,50	R\$ 25,00
3	FERMENTO	5	R\$ 2,70	R\$ 13,50
4	CHOCOLATE EM PÓ 50% CACAU	6	R\$ 19,90	R\$ 119,40
5	CHOCOLATE BARRA KG HAROLD MEIO AMARGO	10	R\$ 14,90	R\$ 149,00
6	OVOS BANDEJA COM 30 UNIDADES	15	R\$ 10,00	R\$ 150,00
7	LEITE	10	R\$ 3,50	R\$ 35,00
8	MARGARINA MEDALHA 80% LIPÍDIOS 15 KG	2	R\$ 90,00	R\$ 180,00
9	ACUÇAR REFINADO	10	R\$ 1,20	R\$ 12,00
10	ACUÇAR CONFEITEIRO	6	R\$ 3,70	R\$ 22,20
11	ACUÇAR CRISTAL	6	R\$ 2,20	R\$ 13,20
12	LEITE CONDENSADO	54	R\$ 3,45	R\$ 186,30
13	CREME DE LEITE	54	R\$ 1,99	R\$ 107,46
14	CHANTILY	5	R\$ 11,90	R\$ 59,50
15	NUTELLA 3KG	1	R\$ 185,00	R\$ 185,00
16	DOCE DE LEITE 3KG	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00
17	GOIABADA 1 KG	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
18	COCO RALADO	3	R\$ 20,00	R\$ 60,00
19	LEITE EM PÓ NINHO KG	4	R\$ 22,00	R\$ 88,00
20	FORMINHAS DE BRIGADEIRO	50	R\$ 1,70	R\$ 85,00
21	FORMINHAS DE CUPCAKES	50	R\$ 4,50	R\$ 225,00
22	EMBALAGENS PARA CUPCAKES	25	R\$ 5,00	R\$ 125,00
23	EMBALAGENS PARA BRIGADEIROS	25	R\$ 2,00	R\$ 50,00
24	EMBALAGENS PARA TORTAS	100	R\$ 7,00	R\$ 700,00
25	EMBALAGENS PARA BROWNIES	50	R\$ 7,00	R\$ 350,00
26	ADESIVOS DA MARCA 1000 UNIDADES	1	R\$ 90,00	R\$ 90,00
27	GRANULADOS	10	R\$ 9,00	R\$ 90,00
TOTAL			R\$ 593,34	R\$ 3.212,56

Tabela 3 - Investimentos fixos: insumos. (Fonte: Elaboração do autor, 2019)

4.2.1 Contas a receber – cálculo do prazo médio de vendas

Iremos conceder aos nossos clientes três prazos de pagamentos diferentes, podendo ser de forma imediata (a vista ou depósito bancário imediato) ou por meio de depósito 50% do valor na encomenda e outros 50% na entrega do produto, ou cartão de crédito a vista. Por termos vendas de baixo lotes, julgamos que elas ocorreram de forma equilibrada. Abaixo, apresentamos os cálculos do prazo médio de vendas:

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média ponderada em dias
à vista	50%		0
a prazo - 1	25%	15	13
a prazo - 2	25%	30	12
Prazo médio total			25

Quadro 3 - Prazo médio de recebimento de vendas. (Fonte: Elaboração da autora, 2019)

4.2.2 Fornecedores – cálculo do prazo médio de compras

A nossa previsão de renovação do estoque será mensal, consideramos apenas dois prazos para compras no crédito, além de à vista, levando em consideração que maior parte dos fornecedores nos fornece um prazo de 90 dias para pagamento no cartão de crédito, ou seja, 2 vezes sem juros, conforme tabela a baixo:

Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média ponderada em dias
à vista	33,33%		0
a prazo – 1	33,33%	30	10
a prazo – 2	33,33%	60	20
100%		Prazo médio Total	30

Quadro 4 - Prazo médio para pagamento de compras. (Fonte: Elaboração da autora, 2019)

4.2.3 Estoques – cálculo da necessidade média de estoques

A expectativa é que os lotes de produção dos doces serão vendidos num prazo máximo de 10 dias. Como a média do tempo de produção de cada lote é de 3 dias e que nosso fornecedor principal consegue entregar os pedidos feitos por nós imediatamente, chegamos à conclusão de que não serão necessários grandes estoques.

4.2.4 Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Após os cálculos anteriores, partiremos agora para a verificação da necessidade líquida de capital de giro em dias, ou seja, quantos dias em médias necessitaremos de capital para cobrir os custos de produção e de venda.

De acordo com o Quadro 4, a Doce Morena Gourmet irá necessitar de capital de giro inicial suficiente para o funcionamento durante 30 dias.

4.2.5 Caixa mínimo

O caixa mínimo é a reserva total que a Doce Morena Gourmet deverá ter a fim de cobrir todos os custos de produção nos primeiros meses de operação. Os cálculos deste valor seguem a baixo:

Caixa mínimo	Valor
Custo Fixo mensal	R\$ 700,61
Custo Variável mensal	R\$ 3.212,56
Custo total	R\$ 3.913,17
Custo total diário	R\$ 130,44
Necessidade líquida de capital de giro (dias)	77
Caixa mínimo	R\$ 7.956,78

Quadro 5 - Caixa mínimo. (Fonte: Elaboração da autora, 2019)

Isso significa que, a doceria deverá possuir uma reserva mínima de R\$7.956,78 para cobrir os custos dos dois primeiros meses de atividade.

4.3 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

O cômodo onde será instalada a Doce Morena Gourmet é próprio e já está todo construído, porém será necessário realizar algumas adaptações em sua estrutura a fim de receber os equipamentos e dar uma melhor comodidade e bem estar aos clientes. Desde modo, iremos realizar uma pequena reforma a qual irá englobar a instalação de tomadas, da pia, pintura, colocação de porta, cerâmica e ambiente para receber nossos clientes.

Além desta reforma, será necessário que o sócio responsável pela produção direta realize um novo curso de processo produtivo, ministrado pela Yamin Montenegro. Os cálculos dos custos pré-operacionais seguem a baixo:

Consideramos como outras despesas o custo de transporte para aquisição de equipamentos e matéria prima no mercado local.

Investimento Pré-operacional	Valor (R\$)
Reforma	R\$ 2.000,00
Cursos e treinamentos	R\$ 800,00
Outras despesas	R\$ 500,00
Total	R\$ 3.300,00

Quadro 6 - Investimentos pré-operacionais. (Fonte: Elaboração da autora, 2019)

4.4 INVESTIMENTO TOTAL

De acordo com os subtotais de investimento necessário levantados anteriormente, o total geral de investimento da Doce Morena Gourmet será de R\$ 21.382,56 aproximadamente, conforme tabela a baixo:

Descrição dos investimentos	Valor (R\$)	(%)
1. Investimentos fixos	R\$ 14.770,00	66,28%
2. Capital de giro	R\$ 3.212,56	14,42%
3. Investimentos pré-operacionais	R\$ 3.300,00	14,81%
4. Reserva para despesas diárias	R\$ 1.000,00	4,49%
Total (1+2+3+4)	R\$ 22.282,56	100%

Tabela 4 - Investimento Total. (Fonte: Elaboração da autora, 2019)

Do total investido, 50% será proveniente de recursos próprios dos sócios e os outros 50% de capital de terceiros, empréstimo adquirido em convênio com iniciativas do governo, como o Empreender, para desenvolvimento de pequenos negócios.

4.5 ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL MÍNIMO

Para chegarmos à estimativa do faturamento mensal da Doce Morena Gourmet, estimamos uma venda mensal de aproximadamente 64% da Elaboração total, conforme demonstrado na Tabela abaixo:

Produto	Produção Estimada	Quantidade (estoque de vendas)	%	Preço de venda unitário	Faturamento Total
Bolos	60			R\$ 75,00	R\$ 4.500,00
Doces	2000	0		R\$ 1,50	R\$ 3.000,00
<i>Brownies</i>	750	0		R\$ 7,00	R\$ 5.250,00
<i>Cupcakes</i>	300	0		R\$ 7,00	R\$ 2.100,00
TOTAL	3110			R\$ 90,00	R\$ 14.850,00

Tabela 5 - Estimativa de Faturamento Mensal Mínimo. (Fonte: Elaboração da autora, 2019)

Os valores de venda praticados são para os PDV. Levando em consideração que estes utilizarão uma margem média de 40%, o valor final de revenda será compatível ao que é praticado no mercado pelos concorrentes.

4.6 ESTIMATIVA DO CUSTO UNITÁRIO DE MATÉRIA-PRIMA E MATERIAIS DIRETOS

Considerando como base as nossas receitas, calculamos o custo unitário dos nossos produtos. Os ajustes que vierem a ocorrer mensalmente de acordo com as alterações de preços dos insumos, que serão atualizados no controle financeiro no decorrer da aplicação do plano, o que não deva ser consideravelmente impactante. A baixo, detalharemos cada receita com os cálculos da matéria-prima utilizada em cada uma e ao final, seu custo unitário.

BROWNIES				
INSUMOS	QTDE	VALOR UNITÁRIO INSUMO	CUSTO P/ 15 UNIDADES	CUSTO UNITÁRIO
OVOS	6	R\$ 0,40	R\$ 2,40	R\$ 3,06
CHOCOLATE BARRA	400	R\$ 0,02	R\$ 6,00	
FARINHA DE TRIGO	400	R\$ 0,0025	R\$ 1,00	
AÇUCAR	200	R\$ 0,0012	R\$ 0,24	
CHOCOLATE EM PÓ	200	R\$ 0,02	R\$ 4,00	
MARGARINA 80% LIP.	200	R\$ 0,01	R\$ 2,40	
EMBALAGEM	15	R\$ 0,07	R\$ 1,05	
ETIQUETA	15	R\$ 0,10	R\$ 1,50	
GÁS	1	R\$ 5,00	R\$ 5,00	
LEITE CONDENSADO	3	R\$ 3,45	R\$ 10,35	
CREME DE LEITE	3	R\$ 1,99	R\$ 5,97	
OUTROS	2	R\$ 3,00	R\$ 6,00	
TOTAL			R\$ 45,91	

Tabela 6 - Custo unitário - BROWNIES. (Fonte: Elaboração da autora, 2019)

BOLOS				
INSUMOS	QTDE	VALOR UNITÁRIO INSUMO	CUSTO P/ 2 KG	CUSTO UNITÁRIO 1KG
OVOS	6	R\$ 0,40	R\$ 2,40	R\$ 36,18
LEITE BOVINO	200	R\$ 0,01	R\$ 2,00	
FARINHA DE TRIGO	700	R\$ 0,0025	R\$ 1,75	
AÇUCAR	400	R\$ 0,0012	R\$ 0,48	
CHOCOLATE EM PÓ	300	R\$ 0,02	R\$ 6,00	
MARGARINA 80% LIP.	400	R\$ 0,01	R\$ 4,80	
EMBALAGEM	1	R\$ 5,50	R\$ 5,50	
ETIQUETA	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10	

GÁS	1	R\$ 5,00	R\$ 5,00	
LEITE CONDENSADO	3	R\$ 3,45	R\$ 10,35	
CREME DE LEITE	2	R\$ 1,99	R\$ 3,98	
OUTROS	2	R\$ 15,00	R\$ 30,00	
TOTAL			R\$ 72,36	

Tabela 7 - Custo Unitário – BOLOS. (Fonte: Elaboração da autora, 2019)

DOCINHOS				
INSUMOS	QTDE	VALOR UNITÁRIO INSUMO	CUSTO P/ 100 UNIDADES	CUSTO UNITÁRIO
LEITE CONDENSADO	4	R\$ 3,45	R\$ 13,80	R\$ 0,44
CREME DE LEITE	3	R\$ 1,99	R\$ 5,97	
CHOCOLATE EM PÓ	200	R\$ 0,0025	R\$ 0,50	
AÇUCAR	100	R\$ 0,015	R\$ 1,50	
GRANULADOS	200	R\$ 0,02	R\$ 4,00	
MARGARINA 80% LIP.	10	R\$ 0,012	R\$ 0,12	
EMBALAGEM	100	R\$ 0,010	R\$ 1,00	
GÁS	1	R\$ 5,00	R\$ 5,00	
OUTROS	2	R\$ 6,00	R\$ 12,00	
TOTAL			R\$ 43,89	

Tabela 8 - Custo Unitário docinhos/brigadeiros. (Fonte: Elaboração da autora, 2019)

CUPCAKES				
INSUMOS	QTDE	VALOR UNITÁRIO INSUMO	CUSTO P/ 20 unidades	CUSTO UNITÁRIO 1KG
OVOS	6	R\$ 0,40	R\$ 2,40	R\$ 3,04
LEITE BOVINO	200	R\$ 0,01	R\$ 2,00	
FARINHA DE TRIGO	400	R\$ 0,0025	R\$ 1,00	
AÇUCAR	200	R\$ 0,0012	R\$ 0,24	
CHOCOLATE EM PÓ	200	R\$ 0,02	R\$ 4,00	
MARGARINA 80% LIP.	200	R\$ 0,01	R\$ 2,40	
EMBALAGEM	1	R\$ 5,50	R\$ 5,50	
GÁS	1	R\$ 5,00	R\$ 5,00	
LEITE CONDENSADO	3	R\$ 3,45	R\$ 10,35	
CREME DE LEITE	2	R\$ 1,99	R\$ 3,98	
OUTROS	2	R\$ 12,00	R\$ 24,00	
TOTAL			R\$ 60,87	

Tabela 9 - Custo Unitário -CUPCAKES. (Fonte: Elaboração da autora, 2019)

4.7 ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM DEPRECIACÃO

Depreciação corresponde ao encargo periódico que determinados bens sofrem, por uso, obsolescência ou desgaste natural, sua taxa anual será fixada em função do prazo.

Para efeitos de depreciação consideramos dois prazos diferentes entre o investimento fixo de equipamentos, onde os equipamentos com algum tipo de automação terão uma depreciação de 5 anos e os utensílios, equipamentos mais simples, terão uma depreciação de 1 ano. Os cálculos seguem abaixo:

Ativos fixos	Valor do bem	Vida útil (anos)	Depreciação anual (R\$)	Depreciação mensal (R\$)
Obras e reformas	2.000,00	5	200,00	33,33
Máquinas e equipamentos	11.070,00	5	2.214,00	184,50
Utensílios	3.700,00	1	3700,00	308,33
Total (1+2+3)	0,00		6114,00	526,71

Tabela 10 - Estimativa de custos com depreciação. (Fonte: Elaboração da autora, 2019)

4.8 ESTIMATIVA DOS CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS

Para levantamentos destes custos, consideramos os gastos com água, energia elétrica, plano mensal de celular pré-pago, um pouco de material de limpeza e escritório, além do combustível para deslocamento à capital e a depreciação dos equipamentos. Os cálculos seguem a baixo:

Descrição	Custo Total Mensal (R\$)
Água	R\$ 40,00
Energia Elétrica	R\$ 60,00
Telefone	R\$ 54,90
Material de limpeza	R\$ 20,00
Material de escritório	R\$ 20,00
Transporte	R\$ 100,00
Despesas diversas	R\$ 180,00
Depreciação	R\$ 325,71
Total	R\$ 800,71

Quadro 7- Estimativa de custos fixos operacionais. (Fonte: Elaboração da autora, 2019)

4.9 ESTIMATIVA DOS CUSTOS DOS MATERIAIS DIRETOS

De acordo com as projeções de vendas levantadas anteriormente, os custos dos materiais diretos seguem estimativa conforme tabela a seguir:

Produto	Estimativa de vendas (em unidades)	Custo unitário de materiais (R\$)	CMD
Bolos KG	60	R\$ 36,18	R\$ 2.170,80
Docinhos/Brigadeiros	2000	R\$ 0,44	R\$ 880,00
Brownies	750	R\$ 3,06	R\$ 2.295,00
Cupcakes	300	R\$ 3,04	R\$ 912,00
TOTAL	3.110	42,72	R\$ 6.257,80

Tabela 11 - Estimativa dos custos com materiais diretos. (Fonte: Elaboração da autora, 2019)

4.10 PROJEÇÃO DE RESULTADOS

Após termos levantado todos os custos e despesas da organização, apresentaremos a seguir uma projeção de resultado esperado para os primeiros 2 meses de operação.

Descrição	R\$
Receita Total com Vendas	R\$ 14.850,00
(-) Custos com Materiais diretos	R\$ 6.257,80
Receita Operacional Bruta	R\$ 8.592,20
(-) Despesas Administrativas	R\$ 20,00
(-) Despesas com vendas	R\$ 180,00
(-) Custos Fixos Totais	R\$ 880,61
Resultado Operacional	R\$ 7.511,59

Tabela 12 - Projeção de resultados. (Fonte: Elaboração da autora, 2019)

Podemos ver nesta projeção de resultado que a Doce Morena Gourmet terá um lucro estimado de R\$ 7.511,59

4.11 PROJEÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

A projeção de fluxo de caixa é o modelo da futura liquidez financeira da empresa no curso de um período de tempo específico. Para podermos visualizar os resultados da Doce Morena Gourmet de forma mais detalhada e aproximada da realidade estimada, apresentaremos a seguir uma projeção de fluxo de caixa para os primeiros três anos da organização. É válido lembrar que, as operações da Doce Morena Gourmet serão a principal obrigação profissional da sócia administradora, no entanto, o seu sócio irá atuar de forma paralela com seu trabalho.

4.11.1 Projeção de fluxo de caixa – 2019/2020

PLANILHA DE FLUXO DE CAIXA - 2019/2020												
	NOVEMBRO	DEZEMBRO	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO
	2019	2019	2020	2020	2020	2020	2020	2020	2020	2020	2020	2020
RECEITAS (Entradas)												
Vendas a vista		1.500,00	1.500,00	2.000,00	2.000,00	4.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	2.000,00	3.000,00
Vendas Transferência		1.500,00	1.500,00	2.000,00	4.000,00	4.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Vendas a prazo (30 dias)			1.500,00	1.000,00	1.000,00	2.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Outras entradas		3.212,56										
TOTAL DAS RECEITAS	R\$ 3.212,56	R\$ 3.000,00	R\$ 4.500,00	R\$ 5.000,00	R\$ 7.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 5.000,00	R\$ 6.000,00
DESPESAS (Saídas)												
Fornecedores	3.212,56		3.212,56	3.212,56	3.212,56	3.212,56	3.212,56	1.000,00	3.212,56	3.212,56	3.212,56	3.212,56
Retirada dos Sócios												
Aluguel												
Energia elétrica		60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Água		40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Telefone		54,90	54,90	54,90	54,90	54,90	54,90	54,90	54,90	54,90	54,90	54,90
Transporte		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Gás		150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Despesas diversas		180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Empréstimos bancários												
Financiamento equipamentos		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Outros Pagamentos												
TOTAL DAS DESPESAS	R\$ 3.212,56	R\$ 984,90	R\$ 4.197,46	R\$ 4.197,46	R\$ 4.197,46	R\$ 4.197,46	R\$ 4.197,46	R\$ 1.984,90	R\$ 4.197,46	R\$ 4.197,46	R\$ 4.197,46	R\$ 4.197,46
1- RECEITAS - DESPESAS	-	2.015,10	302,54	802,54	2.802,54	5.802,54	1.802,54	4.015,10	1.802,54	1.802,54	802,54	1.802,54
2- SALDO ANTERIOR			2.015,10	2.317,64	3.120,18	5.922,72	11.725,26	13.527,80	17.542,90	19.345,44	21.147,98	21.950,52
3- SALDO ACUMULADO (1+2)	-	2.015,10	2.317,64	3.120,18	5.922,72	11.725,26	13.527,80	17.542,90	19.345,44	21.147,98	21.950,52	23.753,06
4- NECESSIDADE EMPRÉSTIMO												
5- SALDO FINAL (3+4)	-	2.015,10	2.317,64	3.120,18	5.922,72	11.725,26	13.527,80	17.542,90	19.345,44	21.147,98	21.950,52	23.753,06
6- RECEITA TOTAL											R\$	67.712,56
7- LUCRO LÍQUIDO											R\$	23.753,06

Figura 7 - Projeção de fluxo de caixa - 2019/2020. (Fonte: Elaboração da autora, 2019)

Nesta projeção, observamos que as atividades da empresa se iniciam de fato em dezembro de 2019, com vendas projetadas para recebimento a vista, transferência ou depósitos bancários e a prazo de 30 dias, em janeiro de 2020. Não houve em 2020 a necessidade de realizarmos empréstimos através dos programas oferecidos pelo governo, como podemos acompanhar no fluxo após 6 meses a empresa já possuía lucro para investir.

Consideramos também nesta projeção que as vendas terão um aumento em decorrência da conquista de mercado pela empresa. Neste caso, projetamos que toda a produção será vendida, ocorrendo assim uma espécie de produção *just in time*.

Observamos também que em seus primeiros 6 meses a empresa estará funcionando apenas com os seus ganhos, confirmando que não haverá a necessidade de buscar capital de terceiros.

4.11.2 Projeção de fluxo de caixa – 2020/2021

PLANILHA DE FLUXO DE CAIXA - 2020/2021												
	NOVEMBRO	DEZEMBRO	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO
	2020	2020	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021
RECEITAS (Entradas)												
Vendas a vista	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	8.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Vendas Transferência	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
Vendas a prazo (30 dias)	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
Outras entradas												
TOTAL DAS RECEITAS	R\$ 14.000,00	R\$ 14.000,00	R\$ 14.000,00	R\$ 14.000,00	R\$ 14.000,00	R\$ 16.000,00	R\$ 14.000,00	R\$ 14.000,00	R\$ 14.000,00	R\$ 14.000,00	R\$ 14.000,00	R\$ 14.000,00
DESPESAS (Saídas)												
Fornecedores	4.818,84	4.818,84	4.818,84	4.818,84	4.818,84	4.818,84	4.818,84	2.000,00	4.818,84	4.818,84	4.818,84	4.818,84
Retirada dos Sócios		4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
Aluguel												
Energia elétrica		60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Água		40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Telefone		54,90	54,90	54,90	54,90	54,90	54,90	54,90	54,90	54,90	54,90	54,90
Transporte		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Gás		150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Despesas diversas		180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Empréstimos bancários												
Financiamento equipamentos												
Outros Pagamentos												
TOTAL DAS DESPESAS	R\$ 4.818,84	R\$ 9.403,74	R\$ 9.403,74	R\$ 9.403,74	R\$ 9.403,74	R\$ 9.403,74	R\$ 9.403,74	R\$ 6.584,90	R\$ 9.403,74	R\$ 9.403,74	R\$ 9.403,74	R\$ 9.403,74
1- RECEITAS - DESPESAS	9.181,16	4.596,26	4.596,26	4.596,26	4.596,26	6.596,26	4.596,26	7.415,10	4.596,26	4.596,26	4.596,26	4.596,26
2- SALDO ANTERIOR	23.573,06	32.754,22	37.350,48	41.946,74	46.543,00	51.139,26	57.735,52	62.331,78	69.746,88	74.343,14	78.939,40	83.535,66
3- SALDO ACUMULADO (1+2)	32.754,22	37.350,48	41.946,74	46.543,00	51.139,26	57.735,52	62.331,78	69.746,88	74.343,14	78.939,40	83.535,66	88.131,92
4- NECESSIDADE EMPRÉSTIMO												
5- SALDO FINAL (3+4)	32.754,22	37.350,48	41.946,74	46.543,00	51.139,26	57.735,52	62.331,78	69.746,88	74.343,14	78.939,40	83.535,66	88.131,92
6- RECEITA TOTAL											R\$	170.000,00
7- LUCRO LÍQUIDO											R\$	88.131,92

Figura 8 - Projeção de fluxo de caixa - 2020/2021. (Fonte: produção da autora, 2019)

4.11.3 Projeção de fluxo de caixa – 2021/2022

PLANILHA DE FLUXO DE CAIXA - 2021/2022												
	NOVEMBRO	DEZEMBRO	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO
	2021	2021	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022
RECEITAS (Entradas)												
Vendas a vista	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00	9.000,00	9.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00
Vendas Transferência	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
Vendas a prazo (30 dias)	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
Outras entradas												
TOTAL DAS RECEITAS	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 17.000,00	R\$ 17.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00
DESPESAS (Saídas)												
Fornecedores	4.818,84	4.818,84	4.818,84	4.818,84	4.818,84	4.818,84	4.818,84	2.000,00	4.818,84	4.818,84	4.818,84	4.818,84
Retirada dos Sócios	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
Aluguel												
Energia elétrica		60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Água		40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Telefone		54,90	54,90	54,90	54,90	54,90	54,90	54,90	54,90	54,90	54,90	54,90
Transporte		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Gás		150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Despesas diversas		180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Empréstimos bancários												
Financiamento equipamentos												
Outros Pagamentos		2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
TOTAL DAS DESPESAS	R\$ 8.818,84	R\$ 11.403,74	R\$ 11.403,74	R\$ 11.403,74	R\$ 11.403,74	R\$ 11.403,74	R\$ 11.403,74	R\$ 8.584,90	R\$ 11.403,74	R\$ 11.403,74	R\$ 11.403,74	R\$ 11.403,74
1- RECEITAS - DESPESAS	6.181,16	3.596,26	3.596,26	3.596,26	3.596,26	5.596,26	5.596,26	6.415,10	3.596,26	3.596,26	3.596,26	3.596,26
2- SALDO ANTERIOR	88.711,92	123.046,14	126.642,40	130.238,66	133.834,92	137.431,18	143.027,44	148.623,70	155.038,80	158.635,06	162.231,32	165.827,58
3- SALDO ACUMULADO (1+2)	123.046,14	126.642,40	130.238,66	133.834,92	137.431,18	143.027,44	148.623,70	155.038,80	158.635,06	162.231,32	165.827,58	169.423,84
4- NECESSIDADE EMPRÉSTIMO												
5- SALDO FINAL (3+4)	123.046,14	126.642,40	130.238,66	133.834,92	137.431,18	143.027,44	148.623,70	155.038,80	158.635,06	162.231,32	165.827,58	169.423,84
6- RECEITA TOTAL											R\$ 184.000,00	
7- LÚCRO LÍQUIDO											R\$ 169.423,84	

Figura 9 - Projeção de fluxo de caixa - 2021/2022. (Fonte: produção da autora, 2019)

A projeção do fluxo de caixa do período de 2019 e 2022 sofrem um aumento das vendas significativo no mês de abril devido às festividades da Páscoa, onde temos uma maior demanda. Porém, percebe-se um acúmulo significativo de capital, no final dos 12 meses de cada fluxo de caixa, o qual poderá ser convertido em reinvestimento para ampliação do empreendimento e aumento da produção.

4.12 INDICADORES DE VIABILIDADE

4.12.1 Ponto de Equilíbrio

Antes de calcularmos o ponto de equilíbrio da Doce Morena Gourmet, devemos considerar que a receita total do primeiro ano é diferente da receita total do segundo ano subsequente. Então, calculamos os dois índices abaixo:

$$\text{IMC (índice de margem de contribuição)} = \frac{\text{Receita total} - \text{Custo variável total}}{\text{Receita Total}}$$

Ou seja:

$$\text{IMC1} = \frac{\text{R\$ } 67.712,56 - \text{R\$ } 43.959,50}{\text{R\$ } 67.712,56} = 0,35$$

$$\text{IMC 2} = \frac{\text{R\$ } 170.000,00 - \text{R\$ } 109.441,14}{170.000,00} = 0,36$$

$$\text{IMC 3} = \frac{\text{R\$ } 184.000,00 - \text{R\$ } 131.441,14}{184.000,00} = 0,29$$

Agora podemos calcular os pontos de equilíbrio, para o ano 1 e para os anos 2 e 3:

$$\text{PE} = \frac{\text{Custo Fixo Total}}{\text{MC}}$$

Logo,

$$PE1 = \frac{R\$ 43.959,50}{0,35} = R\$ 125.598,57$$

$$PE2 = \frac{R\$ 109.441,14}{0,36} = R\$ 304.003,17$$

$$PE3 = \frac{R\$ 131.441,14}{0,29} = R\$ 453.245,31$$

Então, para 2020, seu primeiro ano de funcionamento, a Doce Morena Gourmet deverá ter uma receita total de R\$ 125.598,57 para poder cobrir todos os seus custos. Já para os anos 2021 e 2022, as receitas que a confeitaria deverá ter para cobrir seus custos totais, serão ,respectivamente, de R\$ 304.003,17 e R\$ 453.245,31.

4.12.2 Lucratividade

Como projetamos diferentes resultados em (3) três anos, apresentaremos a seguir o índice de lucratividade para cada período:

- 2019/2020

No período de 2019 a 2020, estimamos um lucro líquido de R\$ 23.753,06 e uma receita total de R\$ 67.712,56. Logo, a lucratividade ocorre da seguinte forma:

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Receita Total}} \times 100, \text{ então, } \frac{23.753,06}{67.712,56} \times 100 = 35,08\%$$

- 2020/2021

Já no período de 2020 e 2021, o índice de lucratividade estimado será de 52,18%, pois o lucro líquido girará em torno de R\$ 88.711,92 e a receita total no valor de R\$ 170.000,00

- 2021/2022

Já no período de 2021 e 2022, o índice de lucratividade estimado será de 92,08%, pois o lucro líquido girará em torno de R\$ 169.423,84 e a receita total no valor de R\$ 184.000,00

4.12.3 Rentabilidade

Assim como no cálculo do índice de lucratividade, para o cálculo da rentabilidade da Doce Morena, consideraremos os resultados obtidos nos fluxos de caixa de cada ano. Então:

- 2019/2020

Investimento Total = R\$ 22.283,56

Lucro líquido = R\$ 23.753,06

Rentabilidade = $\frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Invest. total}} \times 100$

Deste modo, a rentabilidade para o período de 2018/2019 será de 93,81%.

- 2020/2021

Investimento Total = R\$ 22.283,56

Lucro líquido = R\$ 88.711,92

Rentabilidade = 398,10%

- 2020/2021

Investimento Total = R\$ 22.283,56

Lucro líquido = R\$ 169.423,84

Rentabilidade = 760,31%

Com isso, vemos que a rentabilidade do empreendimento no primeiro ano já é muito boa, mas no que diz respeito aos próximos anos, é de uma representação bastante excelente, muito acima da média comprado a outros segmentos.

4.12.4 Prazo de retorno do investimento

Para calcularmos o prazo de retorno do investimento da Doce Morena Gourmet consideraremos o lucro líquido acumulado durante os 3 anos de atividade analisados. Deste modo, temos que:

$$\text{PRI(anos)} = \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro líquido}}$$

$$\text{PRI(anos)} = \frac{\text{R\$ } 22.282,56}{\text{R\$ } 169.423,84} = 0,13 \text{ ano.}$$

Isso quer dizer que o prazo de retorno do investimento empregado na Doce Morena será de aproximadamente 3 meses, mostrando que investimento é viável.

5 PLANO OPERACIONAL

Baseado no tamanho real do cômodo onde será instalada a doceria, criamos um layout simples que permite visualizar como será distribuído os equipamentos e mobiliário a fim de deixar o processo produtivo mais eficiente, conforme desenho a baixo:

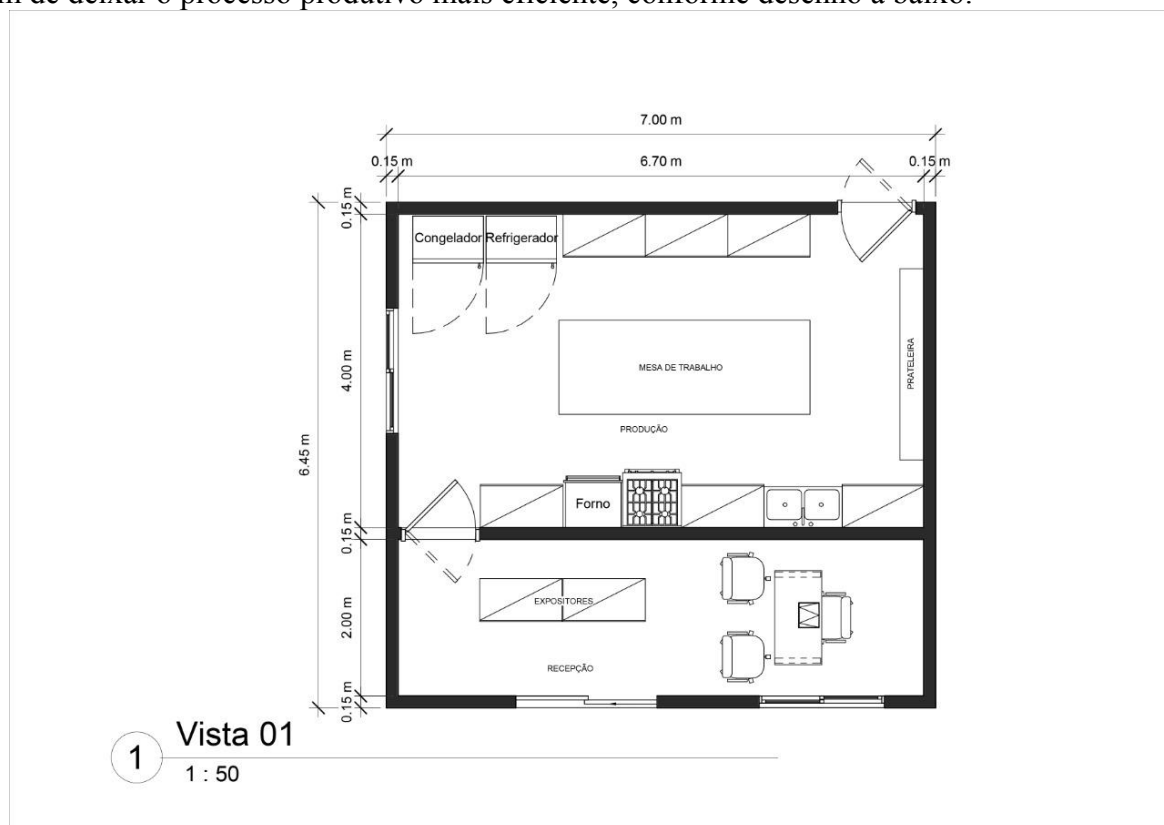


Figura 10 – Layout. (Fonte: Elaboração do autor, 2019)

Convenções:

1. Local para batedeira
2. Pia;
3. Fogão
4. Forno Industrial
5. Prateleira de insumos
6. Freezer;
7. Refrigerador
8. Mesa retangular;
9. Balcão exporitor
10. Mesa de apoio
11. Cadeiras

5.1 CAPACIDADE PRODUTIVA

Em nosso projeto, realizamos uma projeção de investimento com a capacidade de produzir mensalmente 3110 unidades entre bolos, *brownies*, doces e *cupcakes*, podendo variar a quantidade de acordo com a demanda. Dentro desta quantidade, conclui-se que

mensalmente produziremos até 3110 doces.

5.2 PROCESSOS OPERACIONAIS

O processo de produção da Doce Morena Gourmet será de produção caseira, visto a limitação de produção. A seguir, apresentaremos de forma sucinta cada etapa que compõem este processo.

5.2.1 Separação dos insumos

De acordo com a receita, separa-se a quantidade de ingrediente em recipientes separados. Após a separação, é necessário que seja seguido o processo, mas de forma cuidadosa cada ingrediente é inserido formando uma massa cremosa e/ou doce.

5.2.2 Temperatura

Os ingredientes precisam estar em temperatura ambiente, sendo verificado cuidadosamente essa etapa do processo para que não aja erros, e o processo de produção saia conforme esperado.

5.2.3 Mistura

Os ingrediente são inseridos na batedeira, primeiramente, ovos, açúcar até obter uma massa cremosa e aerada colocamos margarina, para maior parte das receitas em temperatura ambiente, mas em algumas precisamos dela líquida, após colocamos os sólidos farinha e chocolate, por fim leite caso tenhamos a necessidade na receita. Teremos uma massa cremosa e densa, colocando nas formas e levando para assar.

5.2.4 Forno/Fogo

O processo para assar é simples, colocamos no forno por 40 minutos em sua maioria, retiramos, aguardamos esfriar e iniciamos a confeitaria.

5.2.5 Recheios

Da mesma forma que no processo de mistura, colocamos os líquidos e depois os sólidos, levamos os recheios ao fogo e cozinhamos até obter a consistência adequada. Os recheios ficam brilhosos e saborosos, após esfriar, prontos para trabalhos manuais da confeitaria, seja para recheios, seja para coberturas.

5.2.6 Confeitaria

Após ter sido esfriado, o nosso produto estará pronto para os trabalhos manuais da confeitaria. Os recheios serão inseridos e os acabamentos iniciados, tudo feito de forma caprichosa e cuidadosa para termos doces impecáveis.

6 CONCLUSÃO

Em um plano de negócio, o empreendedor realiza análises, de um projeto de negócio escrito que forma detalhada com informações da situação de mercado e possíveis ações futuras, com intuito de mostrar a viabilidade da empresa através de uma ideia e sua prática. Os dados de mercado e toda a elaboração do plano precisam conter informações e dados realistas para minimizar os riscos e incertezas sobre a aplicação de prática do plano.

Concluimos que o plano proposto é viável, capaz de atender seus clientes e o mercado paraibano. Com os fluxos de caixa provisionados obtivemos uma lucratividade significativa nos 3 anos, chegando ao seu ultimo período com o valor do lucro líquido de R\$ 169.423,84, assim como suas rentabilidades que foram superiores aos esperado e seu prazo de retorno do investimento será de 0,13, isto é, em 3 meses já teremos o retorno do investimento, mostrando que o mercado é promissor para nossos produtos, mas não nos impedindo que cometemos erros que possam gerar prejuízos.

Seguir uma receita de bolo é simples, teoricamente, no entanto, para que se chegue a uma receita com características competitivas em relação aos produtos já existentes, é necessário uma sequência de tentativas de erros e acertos. Temos a nossa receita e a capacidade de produzir nossos doces de forma harmoniosa e saborosa. No entanto, estaremos sempre buscando capacitação para aperfeiçoar as novas técnicas dentro da confeitaria, apesar de seguimos uma receita padrão, precisamos ser sempre diferenciados para termos mais competitividade dentro das novas tendências de mercado.

Portanto, o plano de negócio é um projeto onde não podemos garantir uma aplicação perfeita, podendo algumas etapas não saírem como almejamos. Iniciaremos as atividades em 3 meses, o mercado não terá sofrido alterações significativas quanto ao acesso a insumos, equipamentos, mudanças de tendências, legislação e hábitos de consumo, sendo positivo para nossas projeções. No mais, o plano se mostrou bastante satisfatório e com potencial de tornar a Doce Morena Gourmet referência na produção de doces artesanais no Estado da Paraíba.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Luis César G. de; GARCIA, Adriana Amadeu. **Gestão de pessoas: estratégias e integração organizacional**. São Paulo: Atlas, 2006.
- BATESON, Jhon E. G.; HOFFMAN, K. Douglas. **Marketing de Serviços**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de plano de negócios: fundamentos, processos e estruturação**. São Paulo: Atlas, 2013.
- BEULKE, Ronaldo; BERTÓ, Dalvio José. **Gestão de Custos**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.
- BIAGIO, Luiz Arnaldo; BATOCCHIO, Antonio. **Plano de negócios: estratégia para micro e pequenas empresas**. 2. ed. Barueri: Manole, 2012
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2004
- DUHIGG, C. **O Poder do Hábito: Por que fazemos o que fazemos na vida e nos negócios**. 24a imp. Rio de Janeiro. Objetiva: 2016.
- FALCÃO, F. N. **O instagram e a sociedade de consumo: uma análise da utilização do marketing no aplicativo pelas marcas Coleci e Farm**. 64 fls. Monografia – Universidade de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação. Juiz de Fora, julho de 2015.
- MOREIRA, V. C. C; DETONI, D. J. **A importância da administração do capital de giro para a sobrevivência de uma empresa**. 15 fls. Artigo – VIII Simposio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Resende, Rio de Janeiro, 2011. Disponível em <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos11/35114611.pdf>. Acesso em: 14 de Agosto de 2019.
- SEBRAE NACIONAL. **Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas**, 2016. Disponível em <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 29 de julho de 2019.
- VELLOSO, L. **Parcerias, alianças estratégicas ou concorrência?** 2017. Disponível em <<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/parcerias-aliancas-estrategicas-ou-concorrenca/13169/>>. Acesso em: 29 de julho de 2019.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

1. A quanto tempo atua no mercado de confeitaria?
2. Em que momento você identificou que o mercado era uma boa oportunidade para investimento?
3. Qual sua visão acerca do desenvolvimento do mercado confeito aqui em JoãoPessoa?
4. Concorda que o mercado confeito tem potencial em João Pessoa?
5. Você concorda que o mercado está pronto para absolver mais Confeitarias?
6. Você teve alguma dificuldade ou barreira no momento que entrou neste Mercado?
7. Você identifica concorrentes diretos?
8. Quais são os hábitos de consumo de seus consumidores?
9. Qual o seu diferencial em relação aos seus concorrentes?
10. Você possui algum dado concreto ou tem noção de desenvolvimento de sua empresa?
11. Quem são os seus principais fornecedores?
12. Como é feita a seleção de seus fornecedores?